

**Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za sociologiju**

Diplomski rad

***Trolling* kao primjer internetske (ne)kulture**

Anamarija Pozojević

Mentor: izv. prof. dr. sc. Krunoslav Nikodem

U Zagrebu, rujan 2018.

Sadržaj:

1. Uvod.....	1
2. Kultura interneta kao proizvod računalno posredovane komunikacije.....	5
2.1. Online zajednice.....	6
2.2. Identitet i anonimnost.	8
2.3. Društvene zajednice i pitanje privatnosti.....	10
3. Online trolling.....	13
3.1. Definiranje trollinga kao pojma i njegov razvoj.....	14
3.2. Opća obilježja online trollova	18
3.3. Problem trolling i obrana u smislu online zajednica	23
4. Pozitivni aspekti trollinga	25
4.1. Trolling kao zabava za (gotovo) sve uključene	25
4.2. Ideološki vođen trolling – društveni i politički trollovi.....	27
5. Trolling kao supkultura.....	29
6. Zaključak – Trollovi kao antijunaci modernog doba.....	33
7. Popis literature	36
8. Sažetak.....	39

1. Uvod

Živimo u svijetu u kojem veliku ulogu igraju informacijsko-komunikacijske tehnologije. Naša svakodnevica obilježena je korištenjem računala, mobitela i ostalih uređaja koji nam pospješuju međusobnu komunikaciju i informiraju nas o onome što nas zanima. Bilo da se radi o važnim događajima u svijetu ili jednostavno utaživanju znatiželje, ili pak povezivanju sa drugim osobama putem emaila, foruma, društvenih mreža, i sl., sve smo skloniji oslanjati se na nove tehnologije koje nam to olakšavaju. Svakako možemo reći da se životi većine ljudi, osobito mlađih generacija, osim postajanja u stvarnom svijetu također protežu i u virtualno, *online* okruženje. Danas nam računalno posredovana komunikacija putem društvenih mreža omogućava održavanje kontakata ostvarenih u vanjskom, *offline* svijetu i neki pojedinci argumentiraju kako bez profila na nekome od društvenih mreža, bilo da se radi o Facebooku, Instagramu, Twitteru i sličnim medijima, ne postojimo u potpunosti (Boyd i Ellison, 2008). No, ono što svakako možemo reći jest da danas postoji iznimno veliki broj virtualnih zajednica. Nekoć su to tokom 1980ih bili sustavi oglasnih ploča (eng. *Bulleting board system*) i Usenet¹ kao preteča modernih foruma te WELL², a danas uz njih imamo još niz servisa koje nam društvene mreže nude; primjerice grupa organiziranih unutar Facebook-a (Rheingold, 2000; Boyd i Ellison, 2008). U tim zajednicama naravno postoje određena pravila ponašanja, jednako kao što postoje i u stvarnom svijetu. Od članova zajednica se očekuje da postupaju prema predodređenim pravilima koje zajednica nalaže, dok odstupanje od tih pravila se smatra negativnim i devijantnim ponašanjem, te je ono tako takvo vrlo nepoželjno jer može doći do pomutnje i narušavanju integriteta zajednice (Donath, 2004; Herring, 2002; Kiesler et al., 2010; Schachaf i Hara, 2010).

Govoreći o lošim utjecajima na zajednice, u današnjem online svijetu jedan pojam se posebno ističe. Mogli bismo reći da je poprilično raširen i ako ste jedna od onih osoba

¹ Internet servis sastavljen od tisuća news-grupa, osnovan 1980., i dalje vrlo aktivan <https://www.usenet.net/>

² Skraćenica - Whole Earth 'Lectronic Link. Jedna od najstarijih online zajednica osnovanih 1985. godine koja je još uvijek aktualna, <https://www.well.com/>

koja povremeno voli počitati komentare na određenu temu, bilo na forumu ili putem društvenih mreža, zasigurno ste se susreli s riječima *troll* i/ili *trolling*. Danas gotovo svaka osoba koja pristupi internet stranici koja pruža mogućnost izražavanja vlastitog mišljenja putem komentara (od komentara na novinskim portalima, YouTube-u, Facebook grupama, forumima i slično) ima mogućnosti da postane meta trollova. Isto tako, ako ne slijedimo specifična pravila ponašanja koja neka online zajednica nalaže, bilo da govorimo o društvenim mrežama, online igricama, forumima i sl., vrlo lako možemo i sami biti etiketirani kao trollovi. No, što to zapravo znači „*biti troll*“? Upravo to pitanje je potaknulo ovaj rad, a njegov cilj je napraviti pregled tog fenomena oslanjajući se pritom na postojeća istraživanja i pokušati ga objasniti поближе, počevši od razvoja računalno posredovanih komunikacijskih tehnologija i samog interneta kao faktore koji su zapravo omogućili njegov razvoj i rasprostranjenost.

Iako primjere trollinga možemo vidjeti u različitim varijantama i putem različitih medija³, ovaj rad se koncentrira na pojavi i razvoju trollinga na internetu kao formom s kojom se danas najčešće susrećemo. Također treba naglasiti da je svrha ovog rada napraviti pregled fenomena trollinga unutar sociološkog okvira. Na prvi pogled se može činiti kako je trolling nešto što se prvenstveno odvija na osobnoj razini i ako bismo primjerice u Google tražilicu upisali „*online trolls*“, dobili bismo razne članke koji pokušavaju iznijeti svakojake bihevioralne karakterizacije i savjete pojedincima kako se obraniti od trollovihi napada, te mnoge medijske natpise na temu negativnih utjecaja i posljedica na pojedince; konkretnije veliki brojevi izvršenih samoubojstva i pokušaja samoubojstva kao rezultat zastrašivanja i psihičkog maltretiranja putem interneta. No, uzmemo li u obzir njegovu rasprostranjenost i rastući utjecaj i posljedice na online zajednice, svakako možemo razgovarati o sociološki relevantnom fenomenu. Stoga, ovaj rad će se prvenstveno pozabaviti analizom trollinga u odnosu na virtualne zajednice, a manje na direktne radnje i posljedice na pojedince, te pitanjima identiteta i kulture u okviru online trollinga.

³ Primjere trollinga imamo u gotovo svim medijima, od radijskih emisija, kao što su nekadašnja 'Zločesta djeca' emitirana na Radiju 101 tokom 1990ih, ili današnji 'Fejk brejk', te emisija Luke Bullića na Anteni Zagreb, ili pak putem TV-a nekadašnja 'Noćna mora' Željka Malnara (1992-2010), animirana serija 'South Park' (Stone M. i Park T., od 1997-) u kojoj je čak cijela jedna sezona (2016) posvećena upravo trollingu na internetu

Prije nego što krenemo u razradu pojma trollinga u sferi interneta, valjalo bi početi sa objašnjavanjem samog pojma kao takvog. Mogli bismo reći da osnova riječi *trolling* ima dva polazišta. Prema Donath (2004), pojam je zapravo posuđen iz ribolova - ono označava tehniku ribarenja gdje ribolovac, iz čamca koji se polako kreće, za sobom vuče udicu sa mamcem i na taj način čeka ulov. Drugi izvori nam pak govore da riječ potječe od francuskog pojma „*troller*“⁴ što onačava osobu koja kreće u lov, a pritom nema konkretni plijen u vidu nego cilja ono što se već nađe na putu. Ono što obje varijante imaju zajedničko jest postojanje “lovca” koji nasumično lovi svoj “plijen”.

Možda više popularna asocijacija kada spomenemo pojam troll jest biće iz bajki koji se sakriva ispod mostova ili u špiljama i plaši nesluteće prolaznike. Autori poput Susan Herring (2002) i Kristen Brown (2016) spominju upravo tu asocijaciju po pitanju trollova i navode današnjeg trola kao modernu verziju one mitološke. Na takvo razmatranje također možemo nadovezati i misao Gabrielle Coleman (2012) koja trollove uspoređuje i sa drugim mitološkim bićima poznatim po svojoj varljivoj prirodi, primjerice bog Loki u skandinavskoj mitologiji, koji se prikazuje kao lakrdijaš koji voli izbijati neslane šale na račun osoba oko sebe.

Svi ovi primjeri imaju zajedničku crtu, a to jest postojanje *provokatora* s jedne strane i mogli bismo reći *žrtve* s druge. Možda najjednostavniju definiciju općenitog pojma trolling je dao Lochlan Morissey (2010) koji kaže kako je trolling namjerno pružanje netočnih informacija ili komentara kako bi se proizvela određena reakcija, poželjno negativna i nasilna, od strane primatelja s ciljem da se primatelj izrugla i osramoti. Uzimajući ovu definiciju u obzir te činjenicu da se trolling često odvija putem raznih medija, primjerice u obliku zabavnih emisija, uz dva osnovna aktera često postoji i treći akter u obliku *publike*. Trolling na prvi pogled može djelovati kako bezazlena provokacija, te publika koja sa strane svjedoči trollovim radnjama samog trola može doživjeti kao šaljivca, no posljedice trollinga često mogu preći preko tih granica i imati negativan odraz, kako na pojedince, tako i na zajednice.

Za potrebe ovog rada, prije nego što krenemo u pregled i razradu dosadašnjih istraživanja na temu online trollinga, valjalo bi iznijeti neke osnovne karakteristike koje su omogućile stvaranje temelja za pojavu trollinga u virtualnom svijetu i potakle

⁴ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/troll>

njegovu raširenost. Iz tog razloga počinjemo sa razvojem računalno posredovane komunikacije i interneta te online kulture koja je iz njega proizašla. U razmatranju online kulture, uz stvaranje online zajednica, poseban osvrt se postavlja na pitanja identiteta i anonimnosti kao odrednica te kulture, te na pojavnost društvenih mreža kao modernijih oblika online zajednica i pitanja privatnosti koje se uz razvoj društvenih mreža javljaju.

Zatim krećemo u nešto konkretnije objašnjenje online trollinga; kako i kada se počinje javljati, kako se razvijao, te njegovu prisutnost danas. Rad će se osvrnuti na nekolicinu istraživanja koja su provedena posljednjih petnaestak godina kada se trolling počeo profilirati unutar sfere interneta. Od svojih početaka pojam se razmjerno proširio, te brojni autori (Shachaf i Hara, 2010; Thacker i Griffiths, 2012; Bishop, 2014; Fichman i Sanfillipo, 2014; Phillips, 2015) pokušavaju dati konkretnije definicije online trollinga i odgovoriti na pitanja koji to motivi stoje iza samog čina trollinga, kakve posljedice trolling ostavlja na zajednice, koliko rod i kontekst utječu na percepciju trollova, itd. Odgovori na ova pitanja pridonose boljem razumijevanju samog pojma te ostvarivanju i razvijanju mehanizama obrane. Također ćemo se osvrnuti na neke probleme vezane uz razumijevanje pojma danas koji su se pojavili kao posljedica senzacionalističkog novinarstva posljednjih desetak godina (Bishop, 2014; Phillips, 2015; Brown 2016; Rodrigues i Rollman, 2015).

Nakon što prođemo osnovne koncepte koji su omogućili razvoj trollinga i detaljnije pregledamo njegovu povijest i značenje, krećemo na glavna pitanja ovog rada. Jedno od njih se odnosi na sagledavanje iz prizme utjecaja na zajednicu, i da li je taj utjecaj nužno negativan? Odgovorom na to pitanje dolazimo do onog drugog kojim se ovaj rad bavi, a to jest je li trolling došao do te mjere da ga možemo gledati kao sastavni dio kulture interneta? Prema tome, možemo li doista govoriti o supkulturi trollova?

Zaključno ćemo se osvrnuti na cjelokupnu problematiku iznesenu u radu i pokušati dati uvid u to može li se online trolling na neki način smatrati kao odrazom današnje kulture i možemo li na trollove gledati kao neku vrstu kritičara?

2. Kultura interneta kao proizvod računalno posredovane komunikacije

Internet, kao sredstvo informacijsko-komunikacijskih tehnologija, otvorilo je puno novih mogućnosti od 1990ih nadalje. Tehnologije računalno posredovane komunikacije su nam omogućile bolje povezivanje putem poruka, email-a, online foruma i drugih servisa koje pružaju društvene mreže, te kako Christine Hine (2000) kaže, poslužile za reformiranje veza koje moderni život ugrožava, te dale mehanizam za jačanje demokratske participacije. Claire Hardaker naglašava duboki utjecaj računalno posredovane komunikacije na gotovo sve sfere života, podjednako u pozitivnom kao i negativnom smislu. Prije svega, računala omogućavaju relativno brzu i jednostavnu komunikaciju onima koji su razdvojeni u vremenu i prostoru. No, vrlo često pri komunikaciji putem tehnologije poruke se ne mogu u potpunosti prenijeti kao što bi to bilo komunikacijom licem-u-lice, time povećavajući mogućnost nesporazuma ili stvaranje konflikata. Nadalje, računalno posredovana komunikacija omogućava stvaranje kontakata u društvene i poslovne svrhe do kojih bi inače u vanjskom svijetu možda bilo nemoguće doći, ali isto tako daje mogućnost kontaktiranja od strane neželjenih osoba i odavanja informacija o sebi koje neki pojedinci mogu iskoristiti u negativne svrhe (ugrožavanje reputacije, radi zločina, itd.). Također, putem interneta imamo pristup nevjerojatno velikoj količini informacija na gotovo svaku temu, ali često se može dogoditi da su neke informacije krive. Kako god se okrene, uz mnoštvo pozitivnih aspekata, uvijek postoji određeni rizik obmane putem interneta, ali izrazito veliki utjecaj tehnologije na današnje društvo je neupitan (Hardaker, 2010: 223).

Pavle Schramadei još 2001. ističe kako su “informacijske/komunikacijske tehnologije svojim ubrzanim razvojem, personificiranim kroz pojam Interneta, te prodorom u sve sfere društvenog (pa i privatnog) života neupitno inficirale i sferu kulture” (ibid. 7). Tako se već u samim počecima masovnog korištenja interneta evidentira svojevrсна kultura. Internet kao masovni medij današnjice svakako posjeduje jednu kulturnu dimenziju jer kultura, uz ljudsku kreativnost i inovativnost, u jednakoj mjeri svoj razvoj duguje komunikaciji i razmijeni (ibid. 9). Pojam *cyber kultura* kako ju je iznio Jakub Macek je počecima bila vrlo fleksibilan termin koji se odnosio na gotovo sva

kulturalna pitanja vezana uz kompjuterizaciju, kibernetiku, digitalnu revoluciju itd. Konkretno prema Maceku, cyber kulturu možemo sagledati poput nekakvog mozaika koji se sastoji od supkultura, aktualnih kulturnih praksi, kulturalnog diskurza, društvenih grupa, i institucija koje se međusobno isprepliću. Prema tome, cyber kulturu možemo razumijeti kao priču svojevrsne kulturalne kolonizacije svijeta informacijko-komunikacijskih tehnologija (Macek, 2005: 6). Prefiks *cyber* se odnosi na aktivnosti i društvene pokrete koji se provode putem interneta, poput cyber-aktivizma, cyber-napada, cyber-cafea, itd. Danas se termin najjednostavnije može koristiti za opisivanje kulture koja se razvila iz šire upotrebe računalnih mreža u zabavne, komunikacijske i poslovne svrhe. Ardevol, referirajući se na rad Davida Portera, kaže kako se komunikacija putem interneta može razumijeti kroz perspektivu kulture iz razloga što u virtualnim zajednicama osobe mogu pronaći zajednička vjerovanja, vrijednosti i norme, zajedničko razumijevanje simbola, netiketu⁵ i ostale stvari koje pružaju kolektivni osjećaj pripadanja i čine zajednicu (Ardevol, 2005: 3).

Kao jedne od bitnijih odrednica u promatranju cyber kulture is perspektive društvenih znanosti, svakako treba skrenuti pažnju na stvaranje zajednica, pitanje identiteta unutar sfere interneta, te na pojavnost društvenih mreža kao nadogradnje prvobitnih online zajednica i pitanja privatnosti koje nose sa sobom.

2.1. Online zajednice

Jedan od osnovnih ciljeva razvijanja računalno posredovane komunikacije jest bio napraviti temelje za stvaranja virtualnih zajednica. Sam razvoj interneta je tako putem tehnologije i dolaskom World Wide Web, iliti Web 1.0⁶ omogućio je okupljanje velikog broja ljudi na jednom apstraktnom 'mjestu', gdje svi mogu međusobno

⁵ Eng. pojam *Netiquette*, sastavljen od riječi Net i Etiquette. Ono označava skup etičkih načela ponašanja prihvatljivih na internetu, primjerice kako ispravno napisati mail ili pri pisanju poruka nemojte koristiti samo velika štampana slova, jer to dajem dojam da na nekoga vičete, itd. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/netiquette>

⁶ Prva inačica interneta, gdje je mali broj pisaca stvarao mrežne stranice za veliki broj čitača, takozvani *Read-only web*, koji je nudio mogućnost pretrage informacija i čitanje sadržaja, no postoji vrlo malo interakcije među ljudima i mogućnosti pridonosa sadržaju (Hiermath i Kenchakanavar. 2016).

komunicirati, primjerice putem različitih foruma, news grupa, i kasnije putem putem društvenih mreža, te time dijeliti ideje i razvijati osjećaj zajedništva. Kao prvu računalno posredovanu zajednicu Rheingold navodi ARPANET⁷ zasnovanoj na ideji Licklidera i Taylora 1968., koji su zamišljali zajednicu koja ne dijeli zajednički prostor, nego zajedničke interese. Licklider je smatrao kako će život biti znatno bolji na mreži radi mogućnosti ostvarivanja većeg broja interakcija temeljenih na jednakosti interesa i ciljeva, bez prostornih ograničenja (Rheingold, 2000:9). Rheingold internet navodi kao jedno neformalno, javno mjesto gdje ljudi mogu nanovo izgraditi osjećaj zajedništva i pripadnosti, s kojim bi u stvarnom svijetu možda imali poteškoća. Prema tome virtualne zajednice definira kao društvene agregacije koje proizlaze iz Mreže kada dovoljan broj ljudi kroz određeni vremenski period vodi javne diskusije sa dovoljno ljudskog osjećaja da se stvori mreža personalnih odnosa u kiberprostoru (ibid. XX). U online zajednicama fizičke karakteristike, stanje na računu, status, tjelesna sposobnost itd., ne igraju veliku ulogu, nego pojedinci ostvaruju povezanost i prijateljstvo na temelju zajedničkih interesa i misli koje možda nikada nebi imali mogućnost stvori u stvarnom, fizičkom svijetu (ibid. 11-12).

Kada se oformi i razvije zajednica, obično se postigne konsenzus oko raspona ponašanja koju većina članova smatra prihvatljivim. Svaka zajednica ima svoj vid o tome kakva su ponašanja prihvatljiva, a kakva ne. U nekim zajednicama primjerice međusobno vrijeđanje može biti sasvim normalan i prihvatljiv način interakcije, dok u drugima bi to pak bilo izrazito nepoželjno. Postajanje konsenzusa o prihvatljivom ponašanju može pomoći zajednici u postizanju svojih ciljeva. Primjerice u zajednicama koje se bave tehničkom ili zdravstvenom podrškom, očekuje se da odgovori pružaju potporu u cilju pomaganja članovima oko njihovih konkretnih problema, a ne da budu antagonistični. Ako dođe do kakvih problema, neke zajednice potiču stvaranje javne diskusije prije nego kontaktiranje putem privatnih poruka, u svrhu promicanja otvorenosti i transparentnosti. Po pitanju konflikta, svaka zajednica ima svoj način rješavanja konflikata nastalih među članovima, što je posebno važno kako bi se rad zajednice održao produktivnim. U slučaju da konflikt među članovima

⁷ Advanced Research Projects Agency Network - razvijena kasnih 1960ih od strane američke vojske, smatra se pretečom interneta i primarna svrha je bila povezivanje istraživačkih institucija <https://www.britannica.com/topic/ARPANET>

eskalira, to može omesti zajednicu odvratajući je od njene osnovne misije, te potaknuti neke članove da napuste zajednicu. Mnoge zajednice posjeduju norme u cilju sprečavanja konflikata, kao što su sprečavanje osobnih napada, premještanje konflikata na posebne lokacije ili pak posredovanja u svrhu mirenja (Kiesler et al, 2010: 1-2). U svakom trenutku se može pojaviti netko tko se neće pokoriti pravilima ponašanja određene zajednice, kao primjerice *trollovi* koji nastoje obstruirati zajednicu ili pak *manipulatori* koji nužno ne žele omesti rad zajednice nego više u cilju tjeranja zajednice da proizvede određeni ishod koji beneficira samom manipulatoru. Takvi tipovi se smatraju *autsajderima*. Doduše, i oni koji su unutar zajednice mogu kršiti pravila ponašanja, primjerice novi članovi koji se ne ponašaju u skladu sa pravilima jer u njih nisu upućeni. No, nerazumijevanje pravila zajednice može biti rezultat i mnogih drugih stvari kao kognitivnih oštećenja, ili jednostavnog ne slaganja sa postojećim normama (ibid. 3-5). Razlozi za pristupanje i sudjelovanje u nekoj zajednici mogu biti različiti, od zabave, pomoći u postizanju nekog cilja, razgovor sa drugima, poboljšavanje reputacije, ili jednostavno zato što očekuju da će primiti korisne informacije i pomoć za uzvrat. U mnogim zajednicama obično postoje moderatori koji nadziru radnje članova kako bi osigurali provođenje i ispravljali kršenje pravila koje zajednica nalaže, te sankcionirali one pojedince koji ih se ne pridržavaju (ibid. 8-9). Pojedinci moraju biti upoznati sa pravilima zajednice kako bi ih mogli pratiti. Članovi kojima je stalo do dobrobiti same zajednice, i vide povezanost provođenja pravila kao sredstvo postizanja te dobrobiti, pravila će prihvatiti svojevrijedno. Poštivanje pravila zajednice uglavnom rezultira određenim osjećajem pripadnosti i privrženosti zajednici, davanjem legitimiteta normama i stvaranjem određenih očekivanja oko nagrada za pridržavanje pravilima, ili pak sankcije za nepoštivanje pravila (ibid. 21).

2.2. Identitet i anonimnost

Uz online zajednice, još jedna vrlo zanimljiva i važna tema jest proučavanje pitanja i igre identiteta. Obzirom na to da je komunikacija posredovana tehnologijom, postoji velika mogućnost prezentiranja sebe na sasvim dugačiji način nego što bi to bila

nečija *offline* persona (Hine, 2000). U online zajednicama određene karakteristike kao što su dob, spol, podrijetlo, nacionalnost i fizički izgled nisu vidljive osim ako osoba izričito želi takve informacije javno objaviti (Rheingold, 2000: 11). Tvorac stoji iza tipkovnice čime se ostvaruje mogućnost manipulacije i izgradnje višestrukih identiteta ako to osoba tako želi.

Judith S. Donath smatra da je prilikom komunikacije u virtualnim zajednicama pitanje poznavanja identiteta izuzetno problematično. U online zajednicama identitet s jedne strane igra presudnu ulogu, no s druge strane on je uglavnom nejasan. Osnova za identifikaciju jest korisničko ime, no obzirom na prirodu interneta, nitko nas ne sprečava da izaberemo više korisničkih imena. U stvarnosti, jedno tijelo predstavlja jedan identitet, odnosno naše tijelo pruža uporište našem identitetu (Donath, 2004: 125). Klasičnom interakcijom licem-u-lice pojedinac može donekle imati utjecaja na to kako ga osobe s kojima stupi u kontakt doživljavaju i time ih zavaravati do neke mjere, no računalno posredovana komunikacija pruža nove načine prevare (Rheingold, 2000: 12).

Reed kaže kako su individualni identiteti uvijek bili društveno konstruirani i upravljani. Online svijetovi pružaju vrlo bogatu podlogu za eksperimentiranje sa identitetom i time mogućnost falsifikacije vlastitog identiteta nije strana, no vrlo je teško reći koliko se duboko zapravo identitet preoblikuje kroz ovakav tip igre identiteta. Za pitanje fluidnosti identiteta u okvirima internet kulture uvijek treba uzeti u obzir činjenicu da je vrlo teško zanemariti identitet koji je oblikovan našom osobnom poviješću i procesom socijalizacije, te činjenicu da je identitet oduvijek performativan i varijabilan. Ni u komunikaciji licem-u-lice se ne ponašamo jednako pred svojom obitelji ili pred prijateljima, kao ni u poslovnom okruženju, nego naš identitet je oblikovan interakcijom (Reed, 2014: 56).

U online zajednicama kako osoba gradi svoj identitet, isto tako može odlučiti prikriti ga. Računalno poredovana komunikacija pruža veliki stupanj anonimnosti (Hardaker, 2010). Obzirom na tu činjenicu, Donath anonimnost smatra jednom vrlo kontroverznom pojavom u online svijetu. U neku ruku se može postaviti kao spasitelja osobne slobode, koja je u ovo doba sofisticiranijeg načina nadzora ugrožena,

te daje osobama mogućnost da stvaraju reputaciju na kvaliteti njihovih zamisli, a ne na osnovi posla kojim se bave, stečenog bogatstva, dobi ili statusa. S druge strane anonimnost može služiti i kao poziv na bezvlašće jer pruža određenu dozu zaštite čime može doći do uklanjanja odgovornosti i shodno tome olakšavanju prijestupa (Donath, 2004: 155). Anonimnost dopušta korisnicima da razgovaraju o temama koje bi inače mogle biti preosjetljive za komunikaciju licem-u-lice, no to također može dovesti do negativnih posljedica, primjerice širenja govora mržnje jer nas anonimnost štiti (Morissey, 2010: 76). Upravo radi anonimnosti pojedinci mogu osjetiti porast u pouzdanju te iskoristiti priliku da se prezentiraju u drugačijem svijetlu i čine stvari u online okruženju koje vrlo vjerojatno nebi radili u vanjskom svijetu. Na taj način se umanjuje mogućnost stvaranja sukoba ili pak odbijanja od strane pojedinaca ili zajednice, time dajući određenu dozu sigurnosti (Griffiths 2014: 86).

2.3. Društvene mreže i pitanje privatnosti

Od početka 2000ih, i dolaskom Web 2.0⁸, počinje masovno razvijanje zajednica u obliku društvenih mreža koje privlače milijune korisnika, od kojih su većina te mreže prihvatili kao dio svoje svakodnevne. To je rezultat dolaska takozvanog participativnog interneta kojemu korisnici imaju mogućnosti sami stvarati sadržaje na načine koje u stvarnom svijetu vjerojatno nebi mogli, bez obzira na svoju stručnost. Pogotovo se osjeti prisutnost mlađih osoba, i neke studije su pokazale kako je dob izuzetno bitan faktor općenito po pitanju sposobnosti korištenja internetom i implementiranjem interneta u svoj svakodnevni život (Blank i Reisdorf, 2012). Kao neke od najraširenijih društvenih mreža korištenih danas možemo navesti stranice kao što su Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, itd.

Boyd i Ellison društvene mreže definiraju kao mrežne servise koje pojedincima dopuštaju da stvore javni ili djelomično javni profil unutar određene mreže, te uz njega izrade listu drugih korisnika s kojima već imaju određene poveznice u stvarnom

⁸ Za razliku od Web 1.0, Web 2.0 pruža mogućnost stvaranja i dodavanja sadržaja kako bi iskustvo korisnika bilo više interaktivno i korisno, u svrhu promicanja participacije i spajanja pojedinaca (Hiermath i Kenchakanavar. 2016).

svijetu, i također imaju mogućnost pregleda popisa korisnika s kojima su povezani. Isto tako, društvene mreže dopuštaju pojedincima upoznavanje sa strancima s kojima inače možda nebi uspostavili kontakt, no one primarno služe za povezivanje sa osobama koji se već od prije nalaze u njihovom krugu prijatelja ili poznanika u vanjskom svijetu. Ovisno o kojoj se društvenoj mreži radi, osobe s kojima se pojedinci povežu se nazivaju prijateljima, kontaktima, pratiteljima itd. Profili se generiraju na temelju dobi, lokacije, interesa i obično postoji predio koji korisniku dopušta da napiše nešto o sebi (tzv. *About me* odjeljak) te većina društvenih mreža potiče dodavanje profilne slike. Profil osobe se može učiniti javnim ili djelomično privatnim ako to korisnik želi (Boyd i Ellison, 2008: 211-213).

Jedna vrlo bitna pojava dolaskom društvenih mreža je potvrđivanje identiteta. Mnoge društvene mreže traže da prilikom registracije unesemo neke vrlo osobe informacije, poput datuma rođenja, dobi, adrese itd. Facebook primjerice potiče svoje korisnike da kao korisničko ime prilikom registracije upotrijebe svoje vlastito ime i prezime, a ne pseudonim. Nitko nas ne tjera da se prijavimo na neku društvenu mrežu i odajemo takve informacije, no ljudi svejedno svoje informacije dijele slobodno (Acquisti i Gross, 2006). Vrlo zanimljiva pojava jest da je posljednjih godina Facebook počeo tražiti korisnike koji su bili prijavljivani iz nekakvih razloga, ili evidentirani kao osobe koje često mijenjali korisnička imena, da podnesu potvrdu o svom identitetu u obliku prilaganja kopije osobne iskaznice ili putovnice, te dok ne prilože svoje osobe podatke, ne mogu se koristiti Facebookom. Činjenica da milijuni ljudi i dalje koriste Facebook, a pritom većina korisnika doista ima autentične podatke moglo bi na neki način upućivati na odbacivanje anonimnosti.

No, s druge strane kako svaka osoba ipak nije spremna riskirati svoju anonimnost, a opet želi biti djelom zajednice, posljednjih godina započinje trend razvijanja takozvanih anonimnih društvenih zajednica (Correa et al., 2015), stoga pri razmatranju društvenih zajednica možemo napraviti distinkciju između dva tipa. Pravi primjer anonimne društvene mreže možemo vidjeti kod web stranica poput Whisper⁹. Radi se o online zajednici koja svojim korisnicima pruža mogućnost dijeljenja

⁹ <http://whisper.sh/>

njihovih stvarnih misli i osjećaja bez otkrivanja identiteta iz razloga što smatra da sreća počinje tako da osoba bude ono što zaista jest. Radi očuvanja sigurnosti zajednice, od članova se očekuje poštivanje tri pravila. Kao prvo; nemojte biti zlobni. Bilo kakvo maltretiranje i govor mržnje na osnovu rase, roda, seksualnosti, religije i podrijetla će rezultirati udaljavanjem iz zajednice. Drugo, nemojte biti odvratni. Whisper ne dozvoljava objave koje se na bilo koji način mogu smatrati pornografijom, govorom mržnje ili prikazom nasilja. Posljednje pravilo jest; nemojte kosristiti Whisper kako biste kršili zakon. To znači nemojte povrijeđivati autorska prava, nemojte izvoditi ili promovirati protuzakonito ponašanje, itd. ¹⁰ Postavlja se pitanje koliko su ovakve anonimne stranice sigurne za korisnika, te je li zbilja postoji potreba za ovakvim tipom društvene mreže. Correa i suradnici u istraživanju na tu temu su ustvrdili kako garancija anonimnosti koje mreže poput Whisper pružaju stoji kao poziv za određena problematična ponašanja (Correa et al., 2015)

Vrlo je interesantno da su društvene mreže dizajnirane primarno za održavanje kontakata sa već postojećim krugom prijatelja ili obitelji. Ovdje u potpunosti do izražaja dolazi ideja o reformiranju veza ugroženih modernim životom. Društvene mreže su jedno od osnovnih komunikacijskih sredstva danas¹¹. Također, kako internet putem ovakvog tipa online zajednica postaje “više društven”, veliko pitanje se stavlja na formaciju identiteta i smanjenjem želje za anonimnošću. Pojedinci su sve skloniji iznositi svoje osobne podatke na internetu, kao i druge osjetljive informacije, te općenito dijeliti svoj život sa potpunim strancima. Iz tog razloga, moguće je pojavljivanje određenih problema oko privatnosti i sigurnosti, jer se na neki način stvara put za negativno ponašanje, poput zloporabe podataka i ucjene, te ostalih tipova malverzacije. Priroda interneta i dalje ostavlja opciju anonimnosti što negativna ponašanja može naglasiti.

¹⁰ Preuzeto sa <http://whisper.sh/guidelines>

¹¹ Odnosi se na primjerice komunikaciju putem Facebooka; uz to što je sredstvo širenja svoje mreže prijatelja, danas se putem aplikacija kao Facebook Messenger može jednostavno razgovarati i slati pouke umjesto SMS poruka, poglavito jer je jeftinije

3. Online trolling

Kako bismo mogli ući dublje i bolje razumijeti fenomen internet trollinga, valjalo bi krenuti od kasnih 80ih godina 20.stoljeća. Brown (2016) navodi kako je internet troll star kao i sam World Wide Web. Prvo pojavljivanje trollova u kontekstu online okruženja bilo je poglavito putem Usenet grupa 1990ih kada počinje masovno korištenje interneta u komunikacijske svrhe, i ubrzo nakon toga izraz se počeo koristiti kao internetski žargon (Bishop, 2014). U samom početku trollovi su bili osobe koje namjerno pokušavaju omesti razgovore ubacujući se neprimjerenim i provokativnim izjavama. Coleman (2012) trolling dovodi u vezu sa hakerskom kulturom, time što ga opisuje kao fenomenom nastalim iz hakerstva nakon što se internet počeo masovno koristiti. Iskusniji korisnici bi zadirkivali one koji nisu bili toliko vješti u baratanju računalnim mrežama. Isto tako Whitman (2012) navodi da se pojam trolling, kada je formiran, prvenstveno odnosio na trolling novih članova (eng. *Trolling for newbies*), pogotovo onih koji možda nisu sasvim upućeni u pravila određenih grupa, te na stvaranje lažnih objava koje bi služile kao mamci u nadi da će se neki, ne baš tako vješti, korisnik uhvatiti. Kasnije, kako internet postaje "više društven" razvojem Web 2.0, trollovi i sami čin trollinga postaju nešto s čim se svaka osoba može susresti svakodnevno.

Ovaj dio rada nastoji obuhvatiti sam čin trollinga na način da ćemo proći dosadašnje spoznaje nekoliko autora koji su se okušali u definiranju internet trollinga. Za početak ćemo iznijeti razna stajališta o tome što trolling znači i obuhvaća, te kako se značenje samog pojma mijenjalo kroz raspon od gotovo tri desetljeća. Zatim slijedi osvrt na dosadašnja empirijska istraživanja na temu trollinga i zaključke nekolicine autora o obilježjima trollinga, te pokušaj odgovora na pitanje zašto ljudi trollaju. Nakon toga pozabaviti ćemo se pitanjem i načinima kako se zajednice mogu obraniti od trollovih napda. Razmatranjem dosadašnjih spoznaja, osvrnuti ćemo se na konkretne posljedice vezane uz trolling, te temeljem toga pripremiti tlo za glavna pitanja ovog rada koji se tiču pozitivnih posljedica koje trolling može pružati kao i mogućnost sagledavanja internet trollova kao svojevrsne supkulture.

3.1. Definiranje trollinga kao pojma i njegov razvoj

Pojam *trolling* je tokom godina prošao kroz niz pokušaja definiranja. Judith Donath taj pojam prvenstveno razmatra kroz pitanje identiteta i mogućnost manipulacije u virtualnim zajednicama, te trolling navodi kao igru u čijem je središtu lažni identitet, a većina drugih igrača u toj igri ne sudjeluje svojevolumno. Troll se nastoji uvući u neku online zajednicu kao legitimni sudionik koji sa ostalima dijeli zanimanje za određenu temu, prikrivajući svoje stvarne namjere. Nakon što uspije zajednicu uvjeriti u svoju iskrenost, nastoji sudionike namamiti na svađu (Donath, 2004: 145). Susan Herring sa suradnicima također navodi kako bit trollinga leži u navođenju drugih u dugotrajne i često besmislene diskusije. Troll je osoba koja odbija suradnju te teži zbunjivanju i zavaravanju ostalih članova zajednica. Stereotipični troll želi privući posebno naivne i neiskusne korisnike, davajući namjerno netočne informacije i zatim čekati reakciju i smijati se lakovjernim ljudima koji će povjerovati u sve što im se kaže (Herring et al, 2002: 372). U želji da napravi sveobuhvatnu definiciju trollinga unutar sfere interneta Claire Hardaker, nadovezujući se na svoje prethodnike, nudi definiciju trola kao korisnika računalno posredovane komunikacije koji konstruira identitet osobe koja iskreno želi biti djelom grupe, izražavajući pseudo-iskrene namjere, dok su njegove stvarne namjere unijeti nemir, ili pak potaknuti i rasplamsati konflikte unutar grupe radi vlastite zabave (Hardaker, 2008: 237). Lochlan Morissey isto tako navodi kako neodstatak identiteta u računalno posredovanoj komunikaciji vodi razvoju određenog tipa ponašanja koji nije toliko karakterističan za komunikaciju u stvarnom okruženju. Upravo anonimost dopušta korisniku da se upušta u ponašanje oko kojeg bi se možda komunikacijom licem-u-lice nećkao. Kao primjer jednog takvog tipa ponašanja navodi trolling te ga, nadovezujući se na Donath i Herring, definira kao čin namjernog davanja netočnih informacija ili komentara kako bi se proizvela reakcija, negativna ili nasilna, od strane primatelja s ciljem da se primatelj izrugla i osramoti. Taj čin ponekad može biti toliko kompleksan da bismo na njega mogli gledati kao na nekakvu vrstu umjetnost (Morissey, 2010:75-77).

Schwartz daje razmatra trolling kroz prizmu anonimnosti i na samog trolla gleda kao normalnu osobu koja ima potrebu raditi nenormalne stvari na internetu, te navodi kako je trolling dio sve više rastuće supkulture interneta. Trollovi su po njemu osobe sa fluidnom moralnošću i bez ikakvog obzira prema drugim osobama (Schwartz, 2008).

Fichman i Sanfilippo na trolling gledaju kao specifičan primjer devijantnog i antisocijalnog ponašanja u kojem se korisnik ponaša provokativno i izvan normalnih očekivanja zajednice; oni žele izvući reakcije iz zajednice na način da neprestalno žele uzrokovati nesklad ili potaknuti konflikte među članovima zajednice (Fichman i Sanfilippo, 2014: 165).

Whitney Phillips naglašava kako je osnovna bit trolligna kako omesti i uznemiri što veći broj ljudi, pritom koristeći koje god lingvističke i bihevioralne alate koji su u tom trenu na raspolaganju, a sam trolling karakterizira kao cijeli spektar ponašanja koji obuhvaća sve; od poprilično bezazlenog do izrazito agresivnog ponašanja i napastovanja. Neke forme trollinga traju kratko, spominje se jednom i nikada više, dok neki drugi tipovi mogu trajati tjednima ili čak mjesecima. Neki trollovi imaju svojevrсна moralna i etička načela te ne prelaze granice tamo gdje smatraju da nije umjesno, dok drugi idu toliko daleko da će radi ostvarivanja vlastitog bolesnog užitka maltretirati prijatelje i obitelji tragično preminulih osoba (Phillips 2015: 23).

Tokom godina se značenje trollinga mijenjalo, odnosno širilo se zajedno sa internetom (Whitman 2012). Prvotno poimanje trolla tokom 1990ih je označavalo osobu koja namjerno ometa online zajednice, no taj rani oblik trollinga je uglavnom bio bezazlen; više se baziralo na postavljanju glupih pitanja i čekanju nekoga da se „zakači na udicu“, time pružajući ostalim sudionicima razonodu i malo razloga za smijeh. Takav tip ponašanja se u najgoru ruku mogao okarakterizirati kao iritantnim (Schwartz, 2008; Whitman 2012). Kako se internet počeo razvijati i širiti, te sve veći broj pojedinaca krenuo uključivati u online svijetove, tako se i poimanje trollinga počelo transformirati. Bezazlene provokacije prerastaju u provokacije s ciljem da se učini prava šteta i pojedinci se nerijetko oglašavaju na osnovna etička i moralna

načela koja društvena zajednica nalaže. Bishop navodi kako je trolling možda najbrže šireći žargon 21.stoljeća te ističe kako postoji vrlo velika razlika između toga što je trolling bio tokom 1990ih i što je nastalo tokom 2010ih. U posljednje vrijeme trolling više ne obuhvaća samo provokaciju korisnika interneta, nego i pravo zlostavljanje (Bishop, 2014: 8). Bishop dalje postavlja argument da bismo ono što danas postoji kao trolling mogli podijeliti u dvije različite, ali srodne definicije. S jedne strane imamo takozvani *klasični trolling* koji korespondira sa prvobitnim oblikom “bezazlene zabave”, čiji je cilj dobro se nasmijati, ukazivati na neke pogreške koje početnici rade, pa čak i stvarati veze unutar zajednice, po čemu ga do neke mjere možemo smatrati nečim pozitivnim. Kao drugi oblik ističe takozvani *Anonymous trolling*¹², gdje se termin troll koristi za opisivanje subverzivnog humora populariziranog putem web stranice 4chan.org¹³ (poglavito putem njene /b/ stanice) kojemu je cilj uznemiravanje i vrijeđanje osobe na osnovi podrijetla ili nekakvih fizičkih karakteristika radi vlastitog užitka, ili pak užitka zajednica koje potiču trolling (Bishop, 2014: 9). Coleman također povezuje trolling sa formacijom grupe Anonymous počevši od 2004. Sam naziv Anonymous je ustvari proizašao iz prirode stranice 4chan.org gdje su sve objave zapravo anonimne. Nekoliko godina kasnije skupina je popularizirana takozvanim „*Project Chanology*” (2008.) kao kampanja protiv Scientologije nakon što su scientolozi pokušali cenzurirati jedan video o svom članu Tom Cruiseu koji je iscurio u javnost, te je s time došlo do razvijanja nekih više političkih ideala (Coleman, 2012: 110). No, pojavom Anonymosa i 4chan.org /b/ stranice, trolling prestaje biti nešto što se radi zbog želje za smijehom, tzv. *trolling for lolz*¹⁴, nego prerasta u *trolling for lulz*¹⁵. “Lulz” kao pojam unutar trollinga služi za opisivanje zadovoljstva koje proizlazi iz ismijavanja na tuđi račun i naslađivanja kada se nekoga učini budalom (Coleman, 2012; Bishop, 2014; Phillips, 2015.; Brown, 2016). “*Lulz* povrh svega” danas je možda najvažnija komponenta online trollinga,

¹² Bishop u svom radu ovakav tip trollinga veže prvenstveno uz haktivističku skupinu Anonymous. S druge strane, naziv također možemo interpretirati kao referencu na anonimnost obzirom na prirodu stranica poput 4chan.org

¹³ Sustav oglasnih ploča gdje svaka osoba može dijeliti slike i objavlјivati komentare, vežu se za niz tema, prvenstveno povezanih sa Japanskom kulturom. Za sudjelovanje u zajednici nije potrebno nikakvo prijavljivanje, te su sve objave uglavnom anonimne, <http://www.4chan.org/>

¹⁴ LOL– Laughing out Loud – skraćenica koja znači glasno se smijati, dio internet žargona koja potječe iz 1980ih, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/lol>

¹⁵ LULZ - kao iskrivljenje LOL-a, ; <https://en.oxforddictionaries.com/definition/lulz>

kao kamen temeljac trolling humora i zapravo jedini razlog zašto uopće nešto raditi na internetu. No, postoji i argument kako lulz može biti smatrana i kao sila koja privlači pažnju i stvara zajedništvo. Phillips tvrdi da je lulz zapravo više od same motivacije za čin trollinga te argumentira kako je ono ključni koncept u pokušaju shvaćanja što to trolling znači, jer ustvari daje informacije o tome tko će biti žrtva i na koji način, i s druge strane omogućava postavljanje trollova unutar kruga istomišljenika čineći zajednicu (Phillips, 2015: 27:32).

Nadalje, od 2011. počinje rasti broj samoubojstva i pokušaja samoubojstva kao posljedica godina maltretiranja putem interneta. Brown ističe kako je tokom 2012. *troll* postao dio modernog rječnika i jedan od glavnih likova na internetu (Brown, 2016). Radi toga što se negativne posljedice na pojedince sve više počinju isticati, mediji se uključuju u raspravu te njihov vid trola je osoba koja želi ušutkati, osramotiti i plašiti žrtve tragedija ili zločina te osoba iz marginaliziranih društvenih skupina (Rodrigues i Rollman; 2015). Mainstream masovni mediji počinju trolling koristiti kao sredstvo za stvaranje moralne panike kako bi se zainteresiralo i zabavilo publiku, te bolje prenijelo ideje i koncepte oko oblika maltretiranja i nasilja na internetu (Bishop, 2014: 8). Što se više novinara koristilo terminom trolling time je on počeo uključivati sve više tipova ponašanja, a od 2012. termin trolling je počeo obuhvaćati manje-više sve što je iritantno na internetu. Danas se koristi podjednako za bezopasne, zadirvivajuće poruke prijateljima, kao i zlobne, uvredljive i rasističke komentare strancima (Brown, 2016). Problem uplitanja mainstream medija također spominje i Phillips, koja navodi brojne primjere svakojakih medijskih natpisa kao posljedice želje za senzacionalizmom i nedovoljnog istraživanja istinitosti (primjerice slučaj *Jenkem*¹⁶), te na temelju toga postavlja argument kako na trolling možemo gledati kao nuspojavu današnje kulture i utjecaja masovnih medija.

¹⁶ Jenkem se odnosi na slučaj iz 1998.godine kada je novinarka New York Times Susanne Daley pisala o poteškoćama života u Zambiji. Daley je spomenula kako djeca u tom području su toliko siromašna i željna jeftinog bijega od stvarnosti da su *navodno* počeli udisati isparavanja iz boce punjene fermentiranim urinom i fekalijama, kolokvijalno nazvano Jenkem. Godinu dana kasnije različiti mediji su se počeli referirati na članak i Jenkem se počeo širiti po različitim online prostorima. Priča se ponovo aktivirala 2007. kada je jedan korisnik foruma zvanog Totse objavio niz fotografija sebe kako pokušava "isprobati" Jenkem. Ubrzo se počela širiti panika među američkim školama navodeći Jenkem kao novu epidemiju među mladima, te su mediji poput Fox News i WINK krenuli objavljivati svakakve sadržaje i izražavati zabrinutost oko negativnih utjecaja na zdravlje kao

3.2. Opća obilježja online trollova

Jedno od osnovnih obilježja kulture interneta, anonimnost, je upravo glavni temelj koji je omogućio trollingu u sferi online okruženja da se raširi u tolikoj mjeri. Budući da osoba može prikriti svoj identitet i u vrlo velikoj mjeri upravljati načinom kako ih drugi doživljavaju, a najčešće nema neke posebne vanjske kontrole, vrlo lako može doći do neprimjerenog ponašanja. Okrilje anonimnost omogućava pojedincima smanjenje inhibicija i povećanje samopouzdanja, a u samoj ljudskoj prirodi je želja za testiranjem novih granica, tako da razlike u ponašanju u virtualnom i stvarnom svijetu nisu strane, pogotovo ako nema mehanizama koji će takvo loše ponašanje u virtualnom svijetu sankcionirati u stvarnosti (Donath, 2004; Hardaker, 2008; Kiesler et al, 2011; Thacker i Griffiths 2012).

Trolling unutar Web 2.0 ere možemo vidjeti u gotovo svakom kutku interneta, pogotovo mjesta gdje pojedinci mogu ostavljati poruke u obliku komentara. Kao neka specifična mjesta gdje je trolling posebno izražen, svakako treba spomenuti forume, YouTube kanale, blogove i news portale koji imaju opciju pisanja komentara, online igre, različite društvene mreže te anonimne društvene mreže. Forumi su zamišljeni kao mjesta gdje sa istomišljenicima možemo raspravljati o temama koje nas interesiraju, no svako malo se može pojaviti troll koji će se uplesti u diskusiju, te ako moderator ne reagira, drugi korisnici će početi odgovarati na provokacije i rasprava ubrzo može izgubiti nit i pretvoriti se u besmisleni prepirku (Herring et al., 2002). Nadalje, YouTube kanali, točnije različiti komentari pojedinaca na objavljeni video, daju obilje primjera trollinga, pogotvo video koji je popularniji. U pravilu, što je veći broj pregleda i komentara, veća je mogućnost pronalaska onih zbilja ružnih i provocirajućih komentara (McCosker, 2014). Isto tako vrijedi i za komentare na blogovima ili novinskim portalima. Brzim osvrtom na komentare objavljene uz određene članke često možemo vidjeti komentare onih koji psuju, vrijeđaju ili jednostavno proizvode nevolje bez konkretnih razloga osim što to mogu. To se pogotovo odnosi na one članke koje pokrivaju nekakvu kontroverznu tematiku, ili pak

posljedicom korištenja Jenkema, te upozoravali roditelje da vode računa o svojoj djeci. Kasnije se ispostavilo da je priča o Jenkemu potpuno neistinita i samo bila podvala trollova na čiju su se udicu mediji zakačili (Phillips, 2015: 3-6)

teme koje prikupe veliki broj komentara onih ljudi koji žele podijeliti svoje mišljenje sa svijetom. No, po pitanju kontroverzne tematike se pokoji put mogu vidjeti i primjeri trollinga koji nisu nužno destruktivni (Sanfilipo et al., 2017). Dalje, društvene mreže poput Facebooka, Instagrama, Twittera, Reddita i sl., također nude nepresušan izvor za trolling, jer pružaju mogućnost ostavljanja komentara. Ovdje također treba navesti i nešto novije anonimne društvene mreže, poput već spomenutog Whispera, koji za razliku od klasičnih društvenih mreža ne traže identifikaciju korisnika putem korisničkog imena ili informacije sa profila. Ovakav noviji tip društvenih mreža je pogotovo meta trollova obzirom da sama mreža pruža garanciju anonimnosti tako da se korisnici ne moraju brinuti o tome hoće li njihov identitet biti vezan za njihovo loše ponašanje (Correa et al., 2015).

Do sada je provedeno samo nekolicina empirijskih istraživanja na temu trollinga, no to nam je u ovom trenu dovoljno da bismo mogli izvući neke opečnute karakteristike trollova i što ih motivira, te dobiti uvid kakve posljedice ostavljaju za sobom.

Prije svega, svakako se trebamo osvrnuti na rad Susan Herring i suradnika objavljen 2002. Radi se o studiji o trollingu na jednom feminističkom forumu u kojem Herring nastoji analizirati kakvim se strategijama trollovi koriste pri nastojanju da poromete razgovor u diskusijskim grupama, što ih u tom podhvat u čini uspješnim, te zašto ciljane skupine nailazi na poteškoće pri obrani od trollovog napada. Svrha te studije jest pokušaj boljeg razumijevanja namjera i razloga za trolling, kako bi se budući napadi mogli minimalizirati i po mogućnosti kontrolirati. Ono što zaključuje jest da postoje tri tipa poruka koje trollovi šalju; poruke koje se izvane čine iskrene, poruke namijenjene za privlačenje predvidljivih odgovora ili vrijeđanja, te poruke koje trate vrijeme sudionicima diskusije huškajući ih na besmislenu raspravu. Nadalje, zaključuje da se trolling ne koncentrira samo na skupine koje smatraju ranjive (u ovom slučaju feministički forum), nego se napadi vrše bez obzira o kakvoj se grupi radilo. Kao poveznica svih slučajeva trollinga vidljiva je činjenica da troll uživa u pažnji koju dobiva, pogotovo ako je ta pažnja negativna. Troll dobiva zadovoljstvo ometajući grupu, a razlozi koji stoje iza toga su najčešće osjećaji poput mržnje i prezira, te opća izopačenost (Herring et al., 2002: 372-373).

Nadalje, kada govorimo o razlozima trollinga, Shachaf i Hara u studiji o trollovima na Wikipediji objavljenoj 2010. nastoje analizirati oblike ponašanja i interakcije trollova sa drugim korisnicima Wikipedije kako bi se utvrdile sličnosti i razlike među pojedinačnim trollovima, te na temelju toga pokušati identificirati specifične tipove ponašanja i motivaciju za trolling. Rezultati istraživanja su pokazali kako se ponašanje trollova bazira uglavnom na konstantno ponavljajućim, namjernim i štetnim radnjama, no to nije samo radi pukog vandalizma nego motivacija za neprimjerenim ponašanjem poseže dublje. Trollove aktivnosti se usmjeravaju na kršenju politike Wikipedie kako bi se smanjila njena pouzdanost, te unošenje nemira unutar zajednice na način da potiču konflikte i stvaraju tenzije među članovima. Osnovni motivi trollinga su prvenstveno traženje pažnje na način da ometa druge korisnike ili moderatore, osveta protiv nekog člana zajednice ili pak samoj zajednici, te jednostavno dosada. Nanošenje štete zajednici i pojedincima je nešto što im donosi veliko zadovoljstvo i zabavu, a sama Wikipedia je gledana kao arena koja im to upravo omogućava (Shachaf i Hara, 2010).

Rana istraživanja na temu online trollinga, kao što možemo vidjeti u gornja dva primjera, su uglavnom fokusirana na osnovne motivacije trollova i kakva je uloga interneta u poticanju takvog ponašanja. Upravo odrednice računalno posredovane komunikacije, kao što su mogućnost gradnje višestrukih identiteta i anonimnost, su dale najviše maha razvoju trollinga. No, nešto novija istraživanja, primjerice istraživanje Fichman i Sanfillipo objavljeno 2014., počinju se fokusirati na percepciju trollinga u različitim online zajednicama i kakvu ulogu rod i kontekst imaju pri formiranju te percepcije. Smatraju da je vrlo važno dobiti bolji uvid u to kako pojedinci i zajednice percipiraju specifične oblike trollinga, kako bi lakše mogli identificirati trollove i poraditi na prevenciji i adekvatnoj reakciji protiv trollova. Dugo vremena je vladalo mišljenje kako se devijantno ponašanje u online okruženju odnosi prvenstveno na muškarce, dok je broj ženskih devijanata smatran manjinom, te iz tog razloga zanemarivan. Ono što su Fichman i Sanfillipo uvidjeli jest da muškarci i žene manje više jednako percipiraju trolling, ali imaju drugačije reakcije

trollovo ponašanje. Muškarci se ili aktivno uključuju u diskusiju sa trollom ili ga blokiraju, dok ih žene nastoje ignorirati ili obeshrabriti debatu prije nego što će blokirati ili suprotstaviti se trollu. Ženski devijanti su gledani kao manje društveno problematični i opasni nego što su to muški devijanti, ali ne iz razloga što su u manjini, nego iz razloga što su njihove radnje više ideološki vođene. Drugi dio istraživanja se odnosi na utjecaj konteksta na percepciju i razloge trollinga. Svaka zajednica ima svoja standardna pravila ponašanja koja očekuje od svojih članova, te istraživanje je pokazalo kako kontekst koji se veže uz specifične zajednice vodi bitnu ulogu u razlikovanju u percepciji trollinga, tj. ovisno o obrascima ponašanja u nekoj specifičnoj zajednici, određena ponašanja će biti društveno prihvatljiva, dok se u drugoj zajednici mogu postaviti kao devijantno ponašanje (Fichman i Sanfillipo, 2014). Ovo također možemo povezati sa Hardakerovom studijom u kojoj zaključuje kako online zajednice čiji su korisnici neiskusni ili ranjivi, ili pak u zajednice ulažu znatnu dozu povjerenje, emocionalne vezanosti i privatnih informacija, na trolling bi mogle gledati kao osobito štetno i neobjašnjivo, dok zajednice koje su iskusnije, manje ranjive ili emocionalno odsutne trolling neće percipirati kao nešto vrlo problematično (Hardaker, 2008: 237).

Za razliku od spomenutih istraživanja koja se uglavnom baziraju na aktivnosti trollova na forumima, Thacker i Griffiths 2012. provode istraživanje o trollingu u online video igricama. Fokus istraživanja je dobiti uvid u koliko je trolling čest slučaj u tzv. *gaming* okruženju, koji motivi stoje iza toga, te koji se tip trollinga odvija. Rezultati istraživanja su pokazali kako je trolling u video igricama zapravo izrazito česta pojava i kako unutar ovakvog okruženja postoji puno veća mogućnost i više načina trollinga nego u drugim okruženjima ili zajednicama, poput online foruma. Osim klasičnog ostavljanja neumjesnih rasističkih i seksističkih primjedba, troll kako bi isprovocirao sudionike u gaming okruženju može primjerice blokirati igrače iz istog tima i na taj način spriječiti postizanje cilja igre, ili pak može stvarati lažne scenarije kako bi izazvao određene reakcije. Kao jedan od dominantnih razloga zašto se upuštaju u trolling tokom igre neki gejmeri navode da je sve u svrhu zabave i kako bi postigli već spomenuti *lulz* (Thacker i Griffiths 2012:29-30). Koliko je trolling česta pojava u online video igrama govore i brojni blogovi na internetu, kao

primjerice John Cheese koji daje naputke kako uništiti nečiji doživalj igrice radi zabave, kako sebe, tako i ostalih sudionika (Cheese, 2015).

Istraživanja o trollingu provedna posljednjih par godina nadalje pokušavaju sagledavati pojam trollinga iz nešto drugačije perspektive. Svakako bi se valjalo osvrnuti na rad Anthonyja McCoskera o trollingu u okvirima YouTube zajednice. U svom istraživanju McCosker fokus stavlja na raznolike činove provokacije koja se javljaju u komentarima na video unutar YouTube-a. Osim problematiziranja, ukazuje na produktivnost konflikata putem komentara, te ih gleda kao element koji održava i vitalizira online participaciju kao bitnim dijelom građanstva unutar online okruženja. Rezultati na temelju analize dvaju videa o događajima na Novom Zelandu 2011., od kojih se jedan tiče potresa u Christchurchu, a drugi na izvođenje *hake*¹⁷ u Aucklandu, pokazuju kako provokacija u obliku trollinga nije nužno radi postizanja nekog osobnog cilja i traženja pažnje, nego kao sredstvo postizanja angažmana, obraćanja pažnje ili izazivanja forme participacije. Ružni i nasilni komentari u nekim slučajevima služe za poticanje rasprave i uzvratanje udarca u ideološke svrhe (McCosker, 2014). Na takav vid možemo nadovezati rad autora Sanfilippo, Yang i Fichman, objavljen prošle godine, koji ukazuje na to da iako se trollova ponašanja u pravilu smatraju devijantnim, postoje određene instance gdje je cilj trollinga legitiman i u svrhu promicanja određenih vrijednost, te bi time trebao biti percipiran kao pozitivan.

Granice hoće li će trolling biti percipiran kao devijantno ponašanje ili ne, ovisi o pravilima ponašanja koji se razlikuju od zajednice do zajednice. U određenim instancama, trolling može biti ideološki vođen. Taktike u takvom tipu trollinga se sastoje od niza radnji; od uvođenja ideoloških oponenta u rasprave (kao primjerice komentari na news forumima) do koordiniranih pokušaja *spamanja*¹⁸ i opterećenja online platformi u vidu građanskih demonstracija (Sanfilippo, Yang, Fichman, 2017: 1802). Cilj rada Sanfilippo i suradnika jest naglasiti kako bi, umjesto sankcioniranja

¹⁷ Haka - tradicionalni boji poklič Maori plemena

¹⁸ Spam se odnosi na nebitne i neželjene pošiljke slane putem interneta, često velikom broju ljudi u svrhu reklamiranja, kopanja informacija (phishing) ili širenja malwarea, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/spam>

svih provokativnih oblika ponašanja, trebala postajati jedna fleksibilnost u odgovoru na trolling kako bi se utjecalo na pozitivnu percepciju među društvom (ibid. 1809).

3.3.Problem trollinga i obrana u smislu online zajednica

Kao što smo već dobrano utvrdili, osnovni cilj trollinga jest kako isprovocirati reakciju, kako pojedinaca, tako i cjelokupne zajednice. Sam čin trollinga može imati visoku cijenu za zajednice, od prekida rasprave, dijeljenja loših savjeta, pa do narušavanja osjećaja povjerenja unutar same zajednice. Zajednice koje su posebno osjetljive na trollove mogu nove, neiskusne korisnike, na osnovi njihove neupućenosti i postavljanja naivnih pitanja, etiketirati kao trollove (Donath, 2004: 145).

Herring ističe kako obrana od trollova je moguća putem više načina. Prvenstveno bi se korisnike u određenim online zajednicama trebalo više educirati o trollingu, jer trollovi uglavnom napadaju neiskusne sudionike, a upozorenje na određene obrasce trollova ponašanja, i kako općenito identificirati trolla, može neiskusnim korisnicima razviti svijest o problemu i olakšati obranu. Zatim navodi korištenje filtera kako bi se blokirale poruke napadača, te na kraju intervencije moderatora ili sistem administratora koji bi pri identifikaciji trolla isključio iz zajednice (Herring et al, 2002: 380-381).

Fichman i Sanfillipo (2014) također naglašavaju potrebu za angažman i edukaciju sudionika zajednice umjesto recipročnog uzvraćanja trollu. Naglašavaju nekoliko tipova mjera koje se mogu poduzeti; preventativne, popravljачke i tehničke mjere. Preventativne se prvenstveno odnose na donošenje i naglašavanje jasnih standarda za ponašanje unutar određene zajednice. Popravljачke mjere su nešto češće i odnose se na pristojne razgovore i upozorenja među korisnicima kako bi se smanjio sukob i eventualno ispravilo trollovo ponašanje. Tehničke mjere su u potpunosti automatske i one se odnose na isključivanje i zabranu pristupa na temelju kodova koji filtriraju zabranjene riječi kako bi korisnike koji se služe uvredljivim govorom mogli odvojiti od zajednice (Fichman i Sanfillipo, 2014: 165).

Sanfilippo i suradnici nadalje navode kako je bitno artikulirati upravljačke strategije za društveno pozitivan trolling, jer trolling ne mora nužno biti negativan. Sanfilippo smatra kako je važno napraviti distinkciju i razviti one strategije koje podržavaju društveno pozitivna i vrijedna ponašanja, te one koje obeshrabruju ili sankcioniraju negativna prije nego rada na prevenciji svakog tipa trollinga općenito (Sanfilippo, Yang, Fichman, 2017: 1803).

Ukratko najbolje metode obrane od napada trollova su ili tehničke prirode kao filteri putem kojih se automatski sprječava pokušaj trollinga na način da poruka uopće ne dođe do drugih korisnika, ili ako tehnički metode zakažu, treba se osloniti na jednostavno ignoriranje. "Nemojte hraniti trollove"¹⁹ je možda jedna od najviše korištenih izreka koju danas možemo vidjeti u online prostorima (Rodrigues i Rollman, 2015). Iako je ponekad izrazito teško suzdržati se od odgovaranja na trollove provokacije, svakako je najpouzdanija metoda obrane. Trollovi provociraju jer žele istisnuti reakciju, a ako ta reakcija ne postoji, trollova misija je neuspješna i nema druge nego odustati (Phillips, 2015).

¹⁹ Direktna prijevod sa engleskog - eng. *Don't feed the trolls*

4. Pozitivni aspekti online trollinga

Kako možemo vidjeti kroz prethodni ogled na dosadašnje spoznaje, trolling je jedna izuzetno kompleksna radnja koja se izrazito razlikuje po kontekstu, motivaciji i taktikama kojima se trollovi koriste, te utjecaju koji imaju kako na pojedince, tako i na cjelokupne zajednice. Trolling je često karakteriziran kao devijantno ponašanje sa negativnim utjecajem na online zajednice, te česta meta su ranjivije, stigmatizirane skupine (Donath, 2004; Herring, 2002; Shachaf i Hara, 2010). S druge strane, ciljevi trollinga ne moraju nužno podrazumijevati sabotiranje zajednice i/ili napad na marginalizirane grupe ljudi. Kontekst uvelike utječe na percepciju trollinga i imajući to u vidu, u ovom dijelu rada ćemo razmotriti određene aspekte trollinga koje bismo mogli okarakterizirati kao pozitivnima prema utjecaju na zajednice.

4.1. Trolling kao zabava za (gotovo) sve uključene

Kako smo već više puta spomenuli tokom rada, i kako je evidentno u svim pokušajima definiranja pojma, pri činu trollinga uvijek postoje dva glavna aktera u obliku provokatora i žrtve, te on inherentno u sebi odražava jednu negativnu radnju. U slučaju da žrtvu gledamo iz perspektive pojedinca, ta radnja je svakako negativna u bilo kojem obliku, pogotovo ako je trolling uspješan, te isto tako ako je meta cjelokupna zajednica. No, ako bismo uključili zajednicu kao trećeg aktera u obliku publike, trolling može poprimiti jednu pozitivnu konotaciju.

Već smo spomenuli kako nam informacijsko-komunikacijske tehnologije u današnjem svijetu omogućavaju bezbroj stvari, te što god nas zanima može doznati jednostavnim upisom u tražilicu. Već dolaskom Web 2.0 počinju se javljati brojne web stranice (bilo blogovi, novinski portali, ili putem YouTube kanala) koje nam nude upute i savjete kako nešto napraviti na bezbroj tema. Između ostalog, ovdje se mogu naći i upute kako vršiti trolling na ispravan način. Cheese (2015) navodi kako je trolling zapravo kao dvosjekli mač; ako se radi ispravno, on može biti veliki izvor zabave za sve sudionike, čak i zabavnije od same igre, no naglašava većini slučajeva ljudi ne

znaju kako ga ispravno izvesti, pa jednostavno ispadaju kao budale. Cheese analizira YouTube kanal jednog specifičnog korisnika koji je identificiran kao troll, pod imenom Weregonnalose²⁰, navodeći ga kao najboljim trollom video igrica, prvenstveno jer zna da bit trolling ne leži u viktimizaciji i maltretiranju drugih igrača. Na temelju Weregonnaloseovog primjera daje pet savjeta za dobar trolling, a to su:

1. Trolling mora biti opravdan; neki ljudi jednostavno zaslužuju biti žrtve trollinga, pogotovo kada dobiju napadaj bijesa i silovito počnu vrijeđati i prijetiti ljudima radi trivijalnih stvari poput igre.
2. Mora postajati dobra šala koja se nastavlja, gotovo kao komedijski performans.
3. Trebate ostaviti dojam kao da ste doista nesposobni, iako to nije slučaj; primjerice u igri dovesti svoju ekipu gotovo do pobjede da biste na kraju sabotirali.
4. Budale će najčešće sami sebe prikazati kao idiotima... Dopustite im. Dovoljno je samo nastaviti njihov scenarij i na kraju će se zaplesti, a na vama je da ga pustite da to učini.
5. Pronađite alfa mušjaka i u potpunosti mu uništite dan. U gotovo svakoj online igri uvijek će se naći netko tko će prezentirati ako sveznajuća i dominirajuća budala; on je glavni i kako se usuđujete propitivati njegov autoritet? Takve osobe zaslužuju svaku sekundu trollanja dok se ne slome. To je kao ekvivalent kada se dijete u školi konačno suprotstavi svom zlostavljaču i na kraju ga premlati.

Ovaj Cheesov primjer davanja uputa kako trollati nekoga u okviru online igara daje vrlo zanimljiv uvid i potvrdu Bishopove klasifikacije klasičnog trollinga. Kao što možemo vidjeti uz postojanje dvoje glavnih aktera, provokatora i žrtve, Cheese uključuje i publiku, u ovom slučaju ostale sudionike u igri, i govori o načinima kako pojedince koji se nameću unutar online igre “naučiti pameti” kako bi se, ili primirili, ili jednostavno isključili iz igre za dobrobit drugih. Na taj način se poboljšava iskustvo igre drugim igračima, a ujedno služi i kao sredstvo učenja i dodatne zabave za sve koji su uključeni. Ovakav tip trollinga korespondira sa prvobitnom definicijom pozitivnog trollinga koji služi za dobrobit zajednice (Bishop, 2014).

²⁰ Igra na englesku frazu - We're going to lose, u prijevodu “Izgubiti ćemo”; samo ime ovog trolla odaje o čemu je riječ i kakvim se taktikama koristi prilikom trollinga

4.2. Ideološki vođen trolling - društveni i politički trollovi

Drugi aspekt online trollinga koji možemo sagledati kao pozitivnim malo je kompliciraniji od puke želje za zabavom, ali itetako važna stavka koju moramo uzeti u obzir pri razmatranju online trollinga. Naime, nekolicina autora ukazuje na želju pojedinaca da, putem trollinga kao medija, privuku pozornost na društvene probleme ili pak pruže podršku politički ili društveno marginaliziranim skupinama. Sanfilippo i suradnici ističu kako online trolling u velikoj mjeri varira o kontekstu uzimajući u obzir platforme, zajednice, događaje ili pak iskustva koja mogu potaknuti neke instance trollinga. Tako neki ljudi trollaju samo radi postizanja “lulza” i izbjegavanja dosade, dok neki mogu biti društveno i ideološki vođeni (Sanfilippo, Yang, Fichman, 2017: 1802). Također, neki autori argumentiraju kako trolling može poslužiti i u političke svrhe. Primjerice Coleman navodi kako čin trollinga može poslužiti u svrhu stvaranja spektakla i ističe kako spektakl može koristiti kao vrijedna politička taktika, kako bi se naglasilo određena problematika koja je na prvi pogled možda nevidljiva (Coleman, 2012: 115).

Razmatranje trollinga iz ideološke perspektive u empirijskom smislu za početak spominju Shachaf i Hara prilikom istraživanja trollova na Wikipediji (2010)²¹. Jedno od pitanja koje postavljaju je također bilo vezano za korelaciju trollova i haktivizma²². Autorice su zaključile da iako trollovi odaju određene zahtjeve za slobodom izražavanja putem provokacije, radi njihovog destruktivnog ponašanja, koje je namijenjeno prvenstveno protiv birokracije Wikipedije, i činjenice da uglavnom djeluju individualno, nije evidentno da nastoje formirati nekakav tip koalicije, te prema tome ne mogu istaknuti nekakav set ideja. Također, ispitanici u studiji (moderatori na Wikipediji) su smatrali da pitanje idologije nije relevantno u diskusiji o trollovima. No, napominju kako u nekih instancama ispitanici spominju političke trollove, kao tipove trollova koji su pokrenuti političkim ideologijama (Shachaf i Hara, 2010: 367-367).

²¹ Treba napomenuti da je ova studija, iako daje neke vrlo bitne uvide u taktike i razloge samog čina trollinga, poprilično limitirana i upitne relevantnosti. Sama studija je provedena nad uzorkom moderatora Hebrejske inačice Wikipedie, gdje je na intervjuu sudjelovalo samo osam moderatora, te se raspravljalo o pet slučajeva kojeg su moderatori klasificirali kao trollovima

²² Povezanost hakera i aktivizma, poput već spomenute grupe Anonymous

McCosker svojim istraživanjem pokazuje kako bi provokacija u obliku trollinga svakako mogla biti sredstvom propitivanja postojećih društvenih ili političkih situacija kao jedan vid takozvanog *agonističkog pluralizma*²³ (McCosker, 2014: 202).

Sanfilippo sa suradnicima kreće u detaljnije razmatranje trollova po pitanju ideologija. Ističu kako se posljednjih nekoliko godina sve više pažnje počelo pridavati konkretnim motivacijama i kontekstom u percepciji trollova, te dalo uvid u postojanje određenih podtipova. U studiji objavljenoj 2017. dotiču se takozvanih društvenih i političkih trollova. Kao društveno motivirane trollove definiraju one koji posjeduju određeni osjećaj pripadnosti i poštovanja prema društvu, te se uključuju u pitanja koja se odnose na jednakost ili granice zajednice. Ovakav tip trola se može gledati i pozitivno i negativno, ovisno o tome je li njihov cilj legitiman i/ili racionalan. S druge strane, navode kako su politički trollovi jedna forma ideološkog trola (Sanfilippo, Yang, Fichman, 2017: 1802).

Opća percepcija online trollova danas jest da su to osobe koje se ponašaju na jedan često destruktivan način koji ima negativne posljedice na pojedince i na cjelokupnu zajednicu. Takva se ta percepcija putem medija dodatno naglašava radi stvaranja moralne panike i spektakla (Bishop, 2014, Phillips, 2015, Brown, 2016). No, dubljim uvidom u dosadašnja istraživanja na tematiku online trollinga javljaju se i određeni pozitivni aspekti koje trolling može imati na zajednicu. Pozitivni aspekti mogu biti jednostavniji, kao pružanje zabave ili služiti kao određeni “odgojni” mehanizam, do onih malo kompleksnijih koji skreću pozornost na neka ozbiljnija društvena pitanja.

²³ McCosker se poziva na političku teoriju autorice Chantal Mouffe. Pojam agonistički pluralizam (eng. agonistic pluralism) se koristi za opisivanje tip demokratske društvenosti koja uvijek i nužno osporava, te je konflikt neizbježiv, ali može poslužiti kao pozitivno sredstvo za izražavanje strasti oko važnih pitanja (McCosker, 2014: 202)

5. Trolling kao supkultura

Obzirom na širinu trollinga u današnjem svijetu i određene karakteristike koje su se iskristalizirale pri ogledu na dosadašnju literaturu na temu trollinga kroz ovaj rad, javlja se pitanje možemo li na trolling doista gledati kao supkulturu?

Za početak bi valjalo dati objašnjenje što je to supkultura uopće. Supkultura²⁴ se konkretno definira kao grupa ljudi unutar neke već postojeće kulture, koja se od nje razlikuje po drugačijim setom pravila ili interesa. Berzano i Genova iznose ogled na povijest dosadašnje teorije o supkulturama i govore o evoluciji supkultura kako se ona odvijala kroz tri etape. Prva etapa istraživanja o supkulturama veže se na on Čikašku školu misli, te stvaranje supkultura se smatra kao oblikom devijantnosti koja je bazirana na neprihvatanju ciljeva ili postizanja tih ciljeva na način kako ih glavna, mainstream kultura nalaže, te oblikovanju vlastitih ciljeva i strategija kako te specifične ciljeve postići. Druga etapa supkulture sagledava kao vrste pružanja simboličkog otpora dominantnoj, mainstream kulturi koja nalaže konformizam. Identitet i otpor se se iskazuju putem razvijanja specifičnog stila koji koriste određene aspekte kulture kako bi izrazili konflikte. Berzano i Genova napominju kako je moguće da sa vremenom određena kultura ponovo preuzme te određene aspekte natrag sebi u korist. Treća etapa se odnosi na formiranje supkultura kao varijanta distinkcije. Supkulture su gledane kao skupine ljudi dovoljno homogenih iznutra, a opet dovoljno heterogenih prema vanjskom svijetu da bi se moglo uvidjeti razlikovanje, određeni identitet, privrženost i autonomija u odnosu na mainstream kulturu (Berzano i Genova, 2015).

Neki autori trolling povezuju i opisuju kao dijelom hakerske kulture. Hakeri svoje podrijetlo vuku još od 1960ih, kao programeri sa MIT-a. Himanen hakere definira kao "ljude koji programiraju sa žarom" i smatraju da je razmjena informacija veliko pozitivno dobro, te da razmijena stručnog znanja i pisanje slobodnog softvera kako bi se olakšao pristup informacijama i računalima etička dužnost hakera (Himanen, 2002: VII). Sredinom 1980ih pojam hakera se počeo koristiti za opisivanje osoba koje rade

²⁴ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/subculture>

kriminalne radnje putem računala. Kako bi se napravila distinkcija između MIT-jevaca i onih koji upadaju u tuđe sustave i pišu viruse, hakeri uvode pojam *kreker*²⁵ (ibid. VII). Coleman u svom radu pokušava napraviti uvid u povijest hakerske kulture i na temelju toga radi svojevrsnu klasifikaciju hakera. Ukazujući na razlike između već spomenutih hakera kao pripadnicima MIT-ja koji drže do određenih etičkih načela, te se zalažu za opće dobro, i krekeri kao onih koji se bave ilegalnim radnjama putem računala, nadodaje još jedan tip hakera koje ona naziva trollovima. Coleman se ovdje dotiče haktivističke grupe Anonymous i 4chan.org, koje smo već spomenuli tokom ovog rada, i time postavlja argument da su trollovi zapravo supkultura nastala razvojem hakerstva, koje je prvobitno bilo radi humora, a kasnije poprimilo i političke konotacije (Coleman, 2012). Nadalje, vezu između hakerske kulture i trollinga također spominju Schachaf i Hara uspoređivanjem određenih aspekata, kao što su bihevioralne karakteristike i motivacije iza trollinga i hakiranja. U studiji o trollovima na Wikipediji došle su do zaključka kako načini na koji trollovi pokušavaju tražiti rupe u sistemu i koristiti ih u svrhu stvaranje štete, te povezivanja destruktivnog ponašanja u svrhu zabave, može se u određenim dozama povezati uz određene tipove hakera koji hakiraju iz vlastitog užitka, ne nužno za kriminalne radnje, ali ne nužno i za nečiju dobrobit (Schachaf i Hara, 2010: 359, 367-368).

S druge strane uzimajući cjelokupnu kulturu interneta u obzir, pitanjem postoji li supkultura trollinga možda se najviše pozabavila Whitney Phillips koja je posvetila godine istraživanja na temu trollinga koje je rezultiralo djelom *'This is why we can't have nice things: Mapping the Relationship between Online Trolling and mainstream culture'* (2015). Nakon analiziranja brojnih web stranica vezanih uz trolling (kao primjerice već spomenuti 4chan, Encyclopedia Dramatica²⁶ ili pak memebase.cheezburger.com²⁷ i 9gag²⁸ koji uz svakodnevne šaljive sadržaje također uređuju i posebne odjeljke posvećene trollingu, takozvane *The Art of Trolling* stranice), provođenjem brojnih intervjua sa samoprozvanim trollovima, te se čak i sama ubacila u ulogu trolla, smatra da je dobila dobar uvid u, kako ga ona sama

²⁵ eng. riječ cracker u prijevodu znači razbijač ili provalnik

²⁶ <https://encyclopedia.dramatica.rs/>

²⁷ <https://memebase.cheezburger.com/artoftrolling>

²⁸ <https://9gag.com/gag/2908085/the-art-of-trolling>

naziva, *supkulturalni trolling*. Da je trolling doista distinktivna supkultura Phillips potvrđuje usporedbom brojnih web stranica posvećenih trollingu, kao i foruma i društvenih mreža koje sadrže slučajeve aktivnosti, identiteta i ideologije²⁹ vezane uz trolling. Ove početke Phillips naziva “zlatnim periodom” koji se proteže od 2008. do 2011. godine, kada smatra da se trolling posebno počinje isticati i razvijati, te odražava određene misli na dominantne ideologije vezane uz rasu, rod, seksualnost i sposobnost. Tokom istraživanja provedenog 2011. godine Phillips je primjerice, pri razmatranju trollova na Facebooku, naišla na nekoliko frakcija među trollovima. Osnovnu podjelu koju ona za početak postavlja na trollove i anti-trollove. Anti-trollovi su oni koji se javno protive postupcima ostalih trollova, te im je cilj vratiti trollovima istom mjerom. Zatim radi distinkciju na temelju toga da li “operiraju” pojedinačno ili u takozvanim čoporima. Ističe kako oni koji djeluju čoporativno su zapravo više društveni, te su bili spremniji surađivati kada ih se tražilo sudjelovanju u istraživanju. Phillips dalje dijeli Facebook trollove na tzv. RIP trollove³⁰ koji su operirali na memorijalnim stranicama tragično preminulih osoba; neki trollovi su specifično ciljali obitelji i prijatelje žrtva, dok su se drugi fokusirali na potpune strance koji su izražavali sućut, a nisu imali nikakve veze sa preminulim osobama ili njihovim obiteljima (tzv. *grief tourists*) (Phillips, 2011).

Pri razmatranju identiteta unutar supkulture pitanje postaje malo šakljivo. Postoje određene grupe ljudi koji se javno izjašnjavaju kao trollovi, štoviše se i ponose tom činjenicom (Phillips, 2015), no u većini slučajeva trollovi ipak iskorištavaju mogućnost prikrivanja svog identiteta. Schachaf i Hara (2014) su na primjeru Wikipedije primjetile kako trollovi ne pružaju apsolutno nikakve informacije o sebi, obično koriste više virtualnih identiteta i vrlo često mijenjaju korisnička imena, što se i dalje nadovezuje na Donathovu pretpostavku o tome da su skriveni identiteti oznaka sumnjivog ponašanja u online svijetu. Većina trollova jednostavno odbija otkriti svoj identitet (Schwartz, 2008). No, kako kako onda dolazi do udruživanja trollova u

²⁹ Ako na primjer uzmemo Facebook u obzir, trollove aktivnosti možemo vidjeti putem komentara na statuse ili fotografije, kako na osobnim profilima, tako i na nekim popularnijim stranicama (eng. *fanpages*), pod pitanjem identiteta se misli na lažne profile stvorene u svrhu trollinga, te ideologije se odnose na određene stranice posvećene trollingu, kao primjerice Facebook stranica *Encyclopedia Dramatica*

³⁰ Skraćenica od eng. *Rest in Peace* - poćivaj u miru

čopore kako to Phillips naziva? Ovdje Phillips navodi postojanje zapravo dva aspekta koja su vrlo bitna u izgrdanji konkretnog identiteta trollova i time ukazuje da trollovi doista jesu supkultura u pravom smislu, makar pravi identitet trollova ostaje anonimn. Vrlo bitna stavka trollova je već spomenuti “lulz”, koji nije samo motivacija, nego i sama sila koja okuplja zajednicu. Nadalje, tu je ono što Phillips naziva *maskom trola*, što se odnosi na jednu određenu emocionalnu disocijativnost kod trollova. Trollovi nisu nimalo opterećeni nevoljom koju sami stvore, te uz nju ne vežu asolutno nikakve osjećaje, osim činjenice da ih ta nevolja zabavlja. S druge strane, od primatelja kojemu su trollove radnje upućene se očekuje da to sve shvati ozbiljno; što ozbiljnije i što je veća reakcija, to bolje. U slučaju da ne dođe do reakcije, znači da troll nije uspio. Maska zapravo odašilje određene signale koji vanjskom svijetu možda nisu sasvim razumljivi, ali koje trollovi mogu dešifrirati, te time sa lakoćom prepoznati svoju vrstu (Phillips, 2015: 33-36). Upravo ta maska trollinga jest ona stvar koja radi razliku između onih koji su izvana i onih koji su unutra, formirajući specifičan identitet trola.

Oslanjajući se na Phillipsinu teoriju i činjenicu da su identitet i ciljevi kojima se neka grupa formira jedne od glavnih odrednica supkulture, svakako možemo pretpostaviti postajanje supkulture među trollovima. Maska trollova kako ju Phillips uvodi je ona bitna stavka po kojoj se vidi identitet trollova, dok stvaranje spomenutog lulza je kao postavljena kao vrhovni cilj.

6. Zaključak - Trollovi kao antijunaci modernog doba?

Kada se osvrnemo na evoluciju internet trolla i trollinga, možemo vidjeti da su doživjeli poveću transformaciju u značenju. Tokom 1990ih, na samom početku pojavljivanja trollova na sceni, oni su prvenstveno bili blaži provokatori i cilj je bio zadirkivati druge sudionike, često shvaćeno kao šala bez većih posljedica i zabava za sve uključene strane. Kako je vrijeme prolazilo, trolling se transformira od bezazlenih šala do provokacija sa ciljem da se nekoga ozbiljno povrijedi. Ne pomaže činjenica da se većina istraživanja provedena na temu trollinga prvenstveno bavi njegovim negativnim aspektima. Brown (2016) ističe kako je pojam trolla toliko izmijenjen od njegovih početaka da u većini slučajeva prva pomisao pri spomenu tog pojma jest seksizam, rasizam, nasilje i mržnja. Do potpune pomutnje pojma došlo je uplitanjem masovnih medija u igru. Bishop (2014) i Phillips (2015) posebno naglašavaju kako danas svaka osoba interpretira pojam trollinga na vlastiti način, te ono uključuje određene radnje i ponašanja koje uveliko odskakuju od onoga što trolling zapravo jest. Oboje također smatraju kako su pojmovi troll i trolling “eksplozirali” radi načina na koji ih mediji koriste, proširujući ga radi želje za senzacionalizmom i stvaranjem spektakla na način da uključuju tipove ponašanja koja nisu nužno trolling kao takav, nego na njega nadodaju nasilje i mržnju. Mediji beneficiraju kada se online trollovi loše ponašaju, pretvarajući čin trollinga u sredstvo širenja moralne panike u svrhu postizanja veće čitanosti. Prema Phillips, evolucija pojma trolling zapravo je dovela do gubitka jasnog značenja, te kroz svoj rad zaključuje kako bi se trebalo odmaknuti od pojma troll općenito, te na online trolling u pravom smislu riječi (za lulz) referirati kao supkulturalnim trollingom.

Nadalje, unatoč današnjoj raširenosti trollinga, i dalje zapravo postoji vrlo mali broj istraživanja o samom fenomenu, te neka od njih su poprilično limitirana. Posljednjih nekoliko godina javlja se više pokušaja definiranja i istraživanja, no unatoč naizgled velikoj dostupnosti informacija i primjera, radi svoje prirode trolling je i dalje vrlo teško konkretno istraživati. Danas se pojedinci se sve češće javno počinju izjašnjavati kao trollovi, što više se i ponose tom činjenicom. Također je lakše identificirati

njihove radnje čak i onim osobama koje nisu osobito vezane uz online svijet. Svakako možemo govoriti o identitetu trollova kao takvome, koje Phillips navodi kao maska trollova, no problem leži u tome što nema načina da se ustvrdi njegova autentičnost. Radi same prirode interneta trollovi i dalje imaju dar anonimnosti koji štiti njihove prave identitete. Zahvaljujući anonimnosti ne moraju voditi brigu hoće li se njihovo loše ponašanje povezati s njihovim pravim identitetom i hoće li radi toga biti sankcionirani u vanjskom svijetu. Autori poput Schwartz (2008) i Phillips (2015), koji su stupili u kontakt sa samoprozvanim trollovima i provodili intervjue, sami napominju kroz svoje radove kako se ne mogu u potpunosti osloniti u vjerodostojnost materijala koje su prikupili jer sama srž trolling počiva na manipulaciji. Želja za manipulacijom u smislu održavanja svojih offline identiteta anonimnim je svakako razumljiva, jer biti troll kao što smo već dobrano ustanovili nosi jednu vrlo negativnu konotaciju sa sobom, opet pogoršanom radi upletenosti medija u cijelu priču.

Načini na koji ljudi percipiraju trollove ovisi o pravilima ponašanja specifične zajednice te kako Thacker i Griffiths (2012), kao i kasnije Fichman i Sanfillipo (2014, 2017), izlažu; određena ponašanja će u nekim zajednicama biti izrazito nepoželjna, ali isto tako u nekim mogu biti prihvatljiva. Upravo ta misao je potaknula prvo pitanje ovog rada i rezultirala pokušajem naglašavanja uvida u pozitivne aspekte online trollinga. Ovisno o kontekstu, određeni vidovi trollovih ponašanja se itekako mogu smatrati pozitivnim u odnosu na zajednice. S jedne strane, oni mogu biti jednostavan izvor zabave i rada za dobrobit zajednice kao u primjeru online igara. S druge strane oni mogu poprimiti i nešto veći opseg i usmjeravati pažnju na neka veća društvena i politička pitanja. Imajući to u vidu, i identificiranjem trollinga kao supkulture, mogli bismo postaviti argument kako pojedini trollovi, ili pak skupine trollova, mogu biti sagledani zapravo kao kritičari društva. Njihove „destruktivne” radnje možemo sagledati kao sredstvo „učenja pameti” onih pojedinaca koji svojim ponašanjem, na ovaj ili onaj način, stvaraju probleme unutar zajednice, a isto tako može biti sredstvo razvijanja svijesti o određenim društvenim problemima, te propitkivanju poretka.

Nadalje, drugo pitanje koje se ovim radom nastojalo obuhvatiti jest online trolling kao supkultura. Ogledom na rad nekoliko autora doista je pokazana vrlo očita i važna povezanost između hakerske kulture i trollinga. No, iako je evidentno da postoji određena veza između hakera i trollova, na žalost bilo bi pogrešno govoriti o online trollingu kao supkulturi hakera, kako to primjerice predlaže Gabriella Coleman. Sama definicija hakera podrazumijeva da je osoba vrlo dobro upućena u tehnologiju, te iako je većina ljudi danas informatički pismena i koristi se tehnologijom svakodnevno, teško bi se svi mogli nazivati hakerima. Isto tako, nisu svi trollovi nužno informatičari. U ovom slučaju možemo to jednostavnije sagledati ovako; svi hakeri mogu biti trollovi, ali ne mogu svi trollovi biti hakeri; stoga referirati se na trollove kao supkulturu hakera bi jednostavno bilo pogrešno. No, ono što sigurno možemo jest referirati se na kulturu interneta. Iz te perspektive, online trolling svakako možemo postaviti kao jednu supkulturu koja se pojavila iz masovnog korištenja interneta, bilo da ju gledamo kao devijaciju, kao distinkciju ili pak pružanje otpora, kao što nam Whitney Phillips iznosi kroz svoj rad (2015).

Osnovni cilj ovog rada bio ispitati mjesto trollinga u današnjem društvu i naglasiti postojanje njegovih pozitivnih aspekata, pogotovo u podizanju svijesti o relevantnim društvenim i političkim pitanjima. Obzirom da unatoč prisutnosti od gotovo tri desetljeća, kao i njegovoj velikoj raširenosti, postoji vrlo mali broj istraživanja, te ona koja postoje se uglavnom fokusiraju na negativne aspekte (uz par iznimaka), možda bi ovaj rad mogao poslužiti kao teorijski okvir za daljnja istraživanja na tematiku trollinga i njegovog značaja za podizanje svijesti o određenim društvenim pitanjima gledajući ga kroz prizmu anitjunaka modernog doba.

7. Popis literature

- Acquisti, A., Gross, R. (2006). *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*. URL: <https://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/acquisti-gross-facebook-privacy-PE-T-final.pdf> (25.10.2016.)
- Ardevol, E. (2005). *Cyberculture: Anthropological perspectives of the internet*. URL: <https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/cyberculture.pdf> (20.10.2017.)
- Berzano L., Genova C. (2015). *Lifestyles and Subcultures. History and a New Perspective*. London: Routledge
- Bishop, J. (2014). Representations of ‘trolls’ in mass media communication: a review of media-texts and moral panics relating to ‘internet trolling’. *Int J. Web based Communities*, Vol 10, No. 1, 7-24.
- Blank, G., Reisdorf, B. (2012). The participatory web. *Information, Communication & Society*, 15 (4), 537-554.
- boyd, d.m., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definitin, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated-Communication*, 13, 210-230.
- Brown, K.V. (2016). *From LOL to LULZ; the evolution of the internet troll over 24 years*. URL: <https://splinternews.com/from-lol-to-lulz-the-evolution-of-the-internet-troll-o-1793855652> (20.01.2018.)
- Cheese, J. (2016). *Trolling Done Right: 5 Way To Ruin Video Games For Fun*. URL: <http://www.cracked.com/blog/5-things-every-video-game-troll-needs-to-learn-demonstrated/> (26.02.2018.)
- Coleman, G. (2012). Phreaks, Hackers and Trolls - The politics of transgression and spectacle. U: Mandiberg, M. *Social Media Reader*. New York University Press
- Correa, D., Silva, L.A, Mondal, M., Benevenuto, F., Gummadi, K. (2015). *The Many Shades of Anonymity: Characterizing Anonymous Social Media Content*.

URL https://socialnetworks.mpi-sws.org/papers/anonymity_shades.pdf

(23.02.2018.)

- Donath, J.S. (2004). Identitet i prijevare u virtualnoj zajednici. U: Senjković, R. i Pleše, I. (ur.) *Etnografije interneta*. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku: Ibis grafika
- Fichman, P. Sanfilippo, M.R. (2014). The Bad Boys and Girls of Cyberspace: How Gender and Context Impact Perception and Reaction to Trolling. *Social Science computer review*, Vol 33 (2), 163-180.
- Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 6 (2). 215-242.
- Herring, S., Job-Sluder, K., Scheckler, R. & Barab, S. (2002). Searching for safety online: Managing “Trolling” in a feminist forum. *The Information Society*, 18, 371-384.
- Hiermath, B.K., Kenchakkanavar, A. (2016). An alteration of the Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0: A comparative study. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, Vol-2, Issue-4, 705-710.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London and Thousand Oaks: Sage Publications
- Kiesler, S., Kraut, R.E., Resnick, P., Kittur, A. (2010). *Regulating Behaviour in Online Communities*. URL: https://www.researchgate.net/publication/265260679_Regulating_Behavior_in_Online_Communities (10.01.2017.)
- Macek, J. (2005). *Defining Cyberculture*. URL: http://macek.czechian.net/defining_cyberculture.htm (20.10.2016.)
- McCosker, A. (2014). Trolling as a provocation: YouTube’s agonistic publics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol 20 (2): 201-217.
- Morrissey, L. (2010). Trolling is a art: Towards a schematic classification of intention in internet trolling. *Griffith Working Papers in Pragmatics and Intercultural Communications*, 3(2), 75-82.
- Phillips, W. (2011). *LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online*. URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3168/3115> (15.06.2016.)

- Phillips, W. (2015). *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. Cambridge and London: MIT Press
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Cambridge and London: MIT Press
- Rodrigues, S., Rollman, H. (2015). *Is Online Trolling a Reflection of Our Social Values?* URL:
<https://www.popmatters.com/193518-this-is-why-we-cant-have-nice-things-2495529865.html?rebelltitem=1#rebelltitem1> (10.01.2017.)
- Sanfilippo, M.R., Yang, S., Fichman, P. (2017). Managing online trolling: From deviant to social and political trolls. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*. URL:
<https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/41373/1/paper0224.pdf> (20.01.2018.)
- Schwartz, T. (2008). The Trolls Among Us. *The New York Times Magazine*. URL:
<https://www.nytimes.com/2008/08/03/magazine/03trolls-t.html?pagewanted=1&r=1> (10.10.2016.)
- Shachaf, P. & Hara, N. (2010). Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science*, 36(3), 357-370.
- Schramadei, P. (2001). Internet i kultura - sinonimi ili antipodi. U: Shields, R. (ur.). *Kulture Interneta. Virtualni prostori, stvarne povijesti i živaća tijela*. Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo: Naklada Jesenski Turk
- Reed, T.V. (2014). *Digitalized Lives - Power, Social Change and the Internet Era*. New York and London: Routledge
- Thacker, S., Griffiths, M.D. (2012). An Exploratory Study of Trolling in Online Video Gaming. *Internationaal Journal of Cyber Behaviour, Psychology and Learning*, 2(4), 17-33.
- Whitman, N. (2012). You've been Trolled! URL:
<https://www.visualthesaurus.com/cm/dictionary/youve-been-trolled/> (30.09.2016.)

8. Sažetak

Online trolling je pojava kojom se kao korisnici interneta možemo svakodnevno susresti. Opća percepcija online trollova danas jest da su to osobe koje se ponašaju na jedan često destruktivan način koji ima negativne posljedice na pojedinca kao i na cjelokupne zajednice, te se ta percepcija putem mainstream medija dodatno naglašava radi stvaranja moralne panike i spektakla. No, dubljim uvidom u dosadašnja istraživanja na tematiku online trollinga kristaliziraju se i određeni pozitivni aspekti koje trolling može imati na zajednicu. Pozitivni aspekti mogu biti jednostavniji, kao pružanje zabave i određeni “odgojni” mehanizam, do onih koji skreću pozornost na neka ozbiljnija društvena pitanja. Ovim radom se stavlja fokus na te pozitivne aspekte te nastoji uvidjeti trolling kao supkulturu koja djelomično može poslužiti kao odraz današnjeg društva.

Ključne riječi: online trolling, kultura interneta, identitet i anonimnost, lulz

Summary

Online trolling is phenomenon which we as users of the internet can come in contact with daily. The general perception of online trolls today is that those are people who often behave in a destructive manner, which has negative effects on individuals as well as entire communities, and that perception is often emphasized by the mainstream media as means of creating moral panic and a spectacle. However, further insight in studies conducted on the subject highlights certain positive aspects trolling can have on communities. The positive aspects can be simpler, as entertainment and a certain “learning” mechanism, to those which draw attention to some more serious questions regarding society. This study focuses on those positive aspects and tries to see trolling as a subculture which can partly serve as a reflection on today’s society.

Keywords: online trolling, internet culture, identity and anonymity, lulz